

# EL COMERCIO JUSTO Y SOLIDARIO,

basado en las experiencias de  
Cooperativa Sin Fronteras, Brasil



Organização:

**FUNARBE**  
FUNDAÇÃO ARTHUR BERNARDES

**UFV**  
Universidade Federal  
de Viçosa

 **IPPDS**  
Instituto de Políticas Públicas e  
Desenvolvimento Sustentável

**AKSAAM**

  
**CSFBrasil**

Financiamento:

 **FIDA**  
Investindo nas populações rurais



# Presentación

El **Comercio Justo y solidario** está determinado por **prácticas comerciales diferenciadas**, que se basan en la **justicia**, en el **diálogo**, en la **transparencia** y en el **respeto**. Promueve la **equidad social**, la **protección del medio ambiente** y la **seguridad económica** a través de **relaciones directas, transparentes y justas**.

Con el propósito de **apoyar** la organización de la producción y comercialización de **productos saludables**, limpios y de **calidad**, **orgánicos, agroflorestales**

**biodinámicos** de producción, la **Cooperativa Sin Fronteras Brasil** (CSFBrasil), en sociedad con el **Proyecto AKSAAM**, sistematiza con este material, **conocimientos utilizados** por cooperativas y asociaciones en América Latina y el Caribe.

Las cartillas aquí presentadas, están organizadas en **5 módulos:**

1. El Comercio Justo Internacional y el Mercado de Productos Orgánicos como oportunidades para familias agricultoras;

2. El Mercado de Productos Orgánicos y el Comercio Justo Internacional;

3. La Certificación de Productos Orgánicos y de la producción y organización para el mercado justo y/o orgánico;

4. Aspectos básicos para la comercialización en mercados diferenciados;

5. Planificación de la producción y organización para el mercado justo y/o orgánico.

Este material está basado en la **experiencia de la**

**Cooperativa Sin Fronteras** y viabilizado a partir del **Proyecto: Apoyo a las Relaciones Comerciales de Cooperativas y Asociaciones del Nordeste de Brasil** junto al **Comercio Justo y Solidario**, desarrollado junto con la **Universidad** Federal de Viçosa/UFV y el **Instituto** de Políticas Públicas y Desarrollo Sostenible/IPPDS, la **Fundación** Arthur Bernardes/FUNARBE y el AKSAAM/Adaptando Conocimiento para **Agricultura Sostanible** y Acceso a Mercados.

**Sitio:** [www.csfbrasil.org.br](http://www.csfbrasil.org.br)

**Instagram:** [@csf\\_brasil](https://www.instagram.com/csf_brasil)

**E-mail:** [cooperarsemfronteiras@gmail.com](mailto:cooperarsemfronteiras@gmail.com)

**Facebook:** [CSF Brasil](https://www.facebook.com/CSF.Brasil)

# Cartilla 2

## El Mercado de Productos Orgánicos y el Comercio Justo Internacional



Organização:

**FUNARBE**  
FUNDAÇÃO ARTHUR BERNARDES

**UFV**  
Universidade Federal  
de Viçosa

  
**IPPDS**  
Instituto de Políticas Públicas  
Internacionais

**AKSAAM**

  
**CSF Brasil**

Financiamento:

  
**FIDA**  
Investindo nas populações rurais



# RESUMEN

¿Qué es Agricultura Orgánica?	7
El Mercado de Productos Orgánicos	11
¿Y el Mercado de productos orgánicos en Brasil?	17
¿Y cuál es la característica de este mercado?	19
¿Y cómo participar del mercado de productos orgánicos?	21
¿Y el Comercio Justo, cómo definirlo?	23
¿Cuándo surgió el Fair Trade?	25
Pero... ¿vamos entonces a definir Comercio Justo?	30
¿Cuál es el tamaño de este mercado?	31
Experiencia en el tema: Ecovárzea - Assentamento Padre Gino	41

# ¿Que és Agricultura Orgánica?





En la cartilla anterior vimos qué es **Agricultura Orgánica**. Vamos a recordar aquí la **definición** que consta en el **Marco Legal Brasileiro** que trata de este tema:

### **Ley Ley 10.831 de 23 de diciembre de 2003 - Art. 1**

Se considera **sistema orgánico de producción** agropecuaria todo aquel en que se adoptan **técnicas específicas**, mediante la optimización del uso de los recursos naturales y socioeconómicos disponibles y el respeto a la **integridad** cultural de las comunidades rurales, teniendo por objetivo la **sustentabilidad económica y ecológica**, la maximización de los beneficios sociales, la minimización de la dependencia de energía



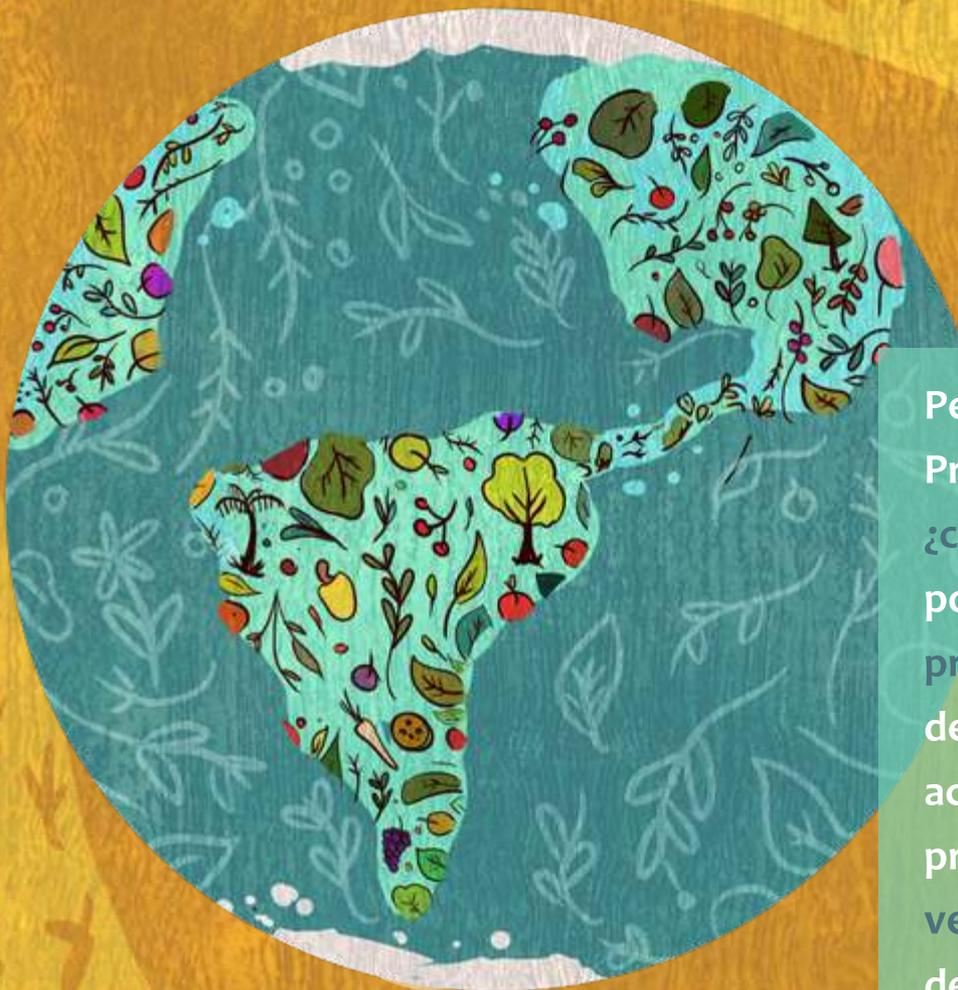
no renovable, empleando, siempre que sea posible, métodos culturales, **biológicos** y mecánicos, en contraposición al uso de materiales sintéticos, la eliminación del uso de organismos genéticamente modificados y radiaciones ionizantes, en cualquier fase del **proceso** de producción, procesamiento, almacenamiento, distribución y comercialización, y la **protección del medio ambiente**.



¿Y **cuándo y dónde** surgió la Agricultura Orgánica? Esta pregunta merece dos respuestas. La primera, recordar que la agricultura que los **Pueblos y Comunidades** Tradicionales siempre hicieron, a lo largo de milenios, puede ser considerada **orgánica**. La segunda respuesta sobre el surgimiento de la Agricultura Orgánica debe llevarnos a la **Europa** de los años **1920**, cuando algunos profesionales y familias agricultoras **percibieron** que el camino de los abonos químicos altamente solubles y de los agrotóxicos no era el mejor a ser recorrido y comenzaron a **proponer** algo **diferente**. **Albert Howard**, escribió un libro denominado “Un Testamento Agrícola” que es considerado el “**padre de la agricultura orgánica**”.

An illustration of a woman with dark skin and curly hair, wearing an orange tank top and blue pants. She is smiling and holding a white reusable shopping bag filled with various organic products like leafy greens, tomatoes, and purple onions. The bag has a circular logo with a green leaf. The background is a textured tan color with decorative illustrations of various plants, leaves, and fruits in shades of green, blue, and red.

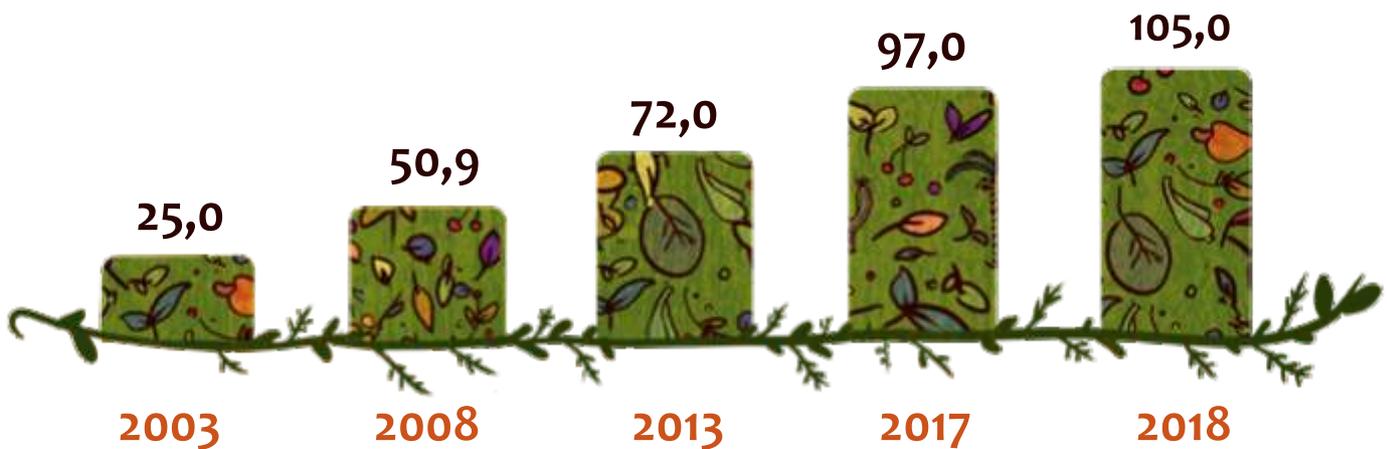
# **El Mercado de Productos Orgánicos**



Pero... y el **Mercado de Productos Orgánicos**, ¿cuándo surgió? Bueno, podemos decir que las **primeras** iniciativas de producción fueron acompañadas de los primeros intentos de **vender** esos productos de forma diferenciada, buscando **valorizar** el hecho de ser limpios, sin contaminantes, producidos de forma más **“natural”**.

Como en esta cartilla queremos ser breves, dejemos esta historia atrás. El hecho es que en este casi **un siglo** el mercado de productos orgánicos **se consolidó** de forma considerable. Está presente en todos los países del mundo y alcanza una cifra anual, si pensamos en 2020, estimado en más de **120 billones de dólares** por año. ¿Cómo sabemos este número? Todos los años, el Instituto de Investigaciones Suízo, FIBL, hace ese **levantamiento** (Gráfico 1). En febrero de 2020 fueron anunciados los datos de 2018:

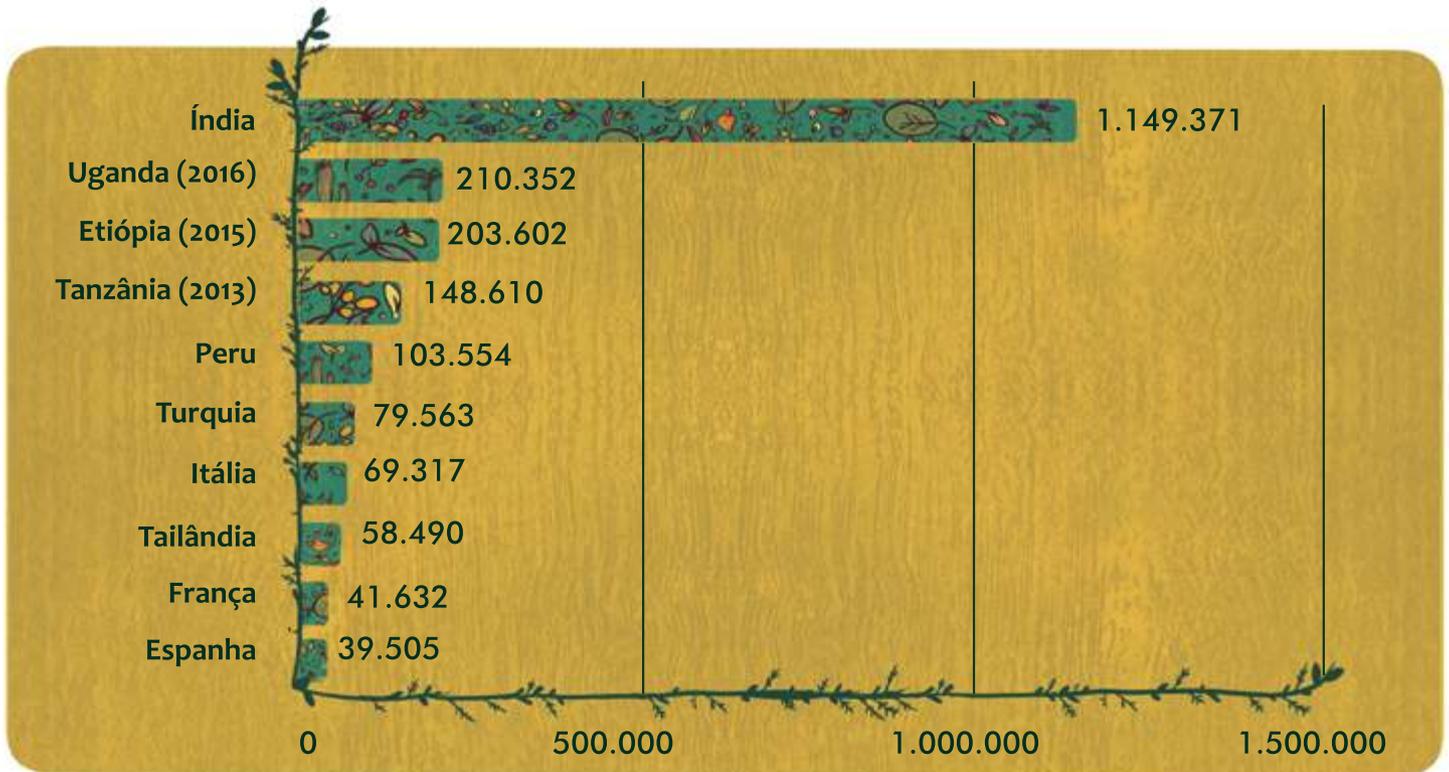
### GRÁFICO 1. MERCADO MUNDIAL DE PRODUCTOS ORGÁNICOS (billones de U\$)



Fuente: <https://statistics.fibl.org/world.html>

No sólo el mercado viene **creciendo**, pero también el número de **practicantes** de la Agricultura Orgánica (Gráfico 2). Cada vez **más y más productores y productoras**, en todo el mundo, **adoptan** esa forma de producir. Observa a continuación otro gráfico, presentado también por FIBL:

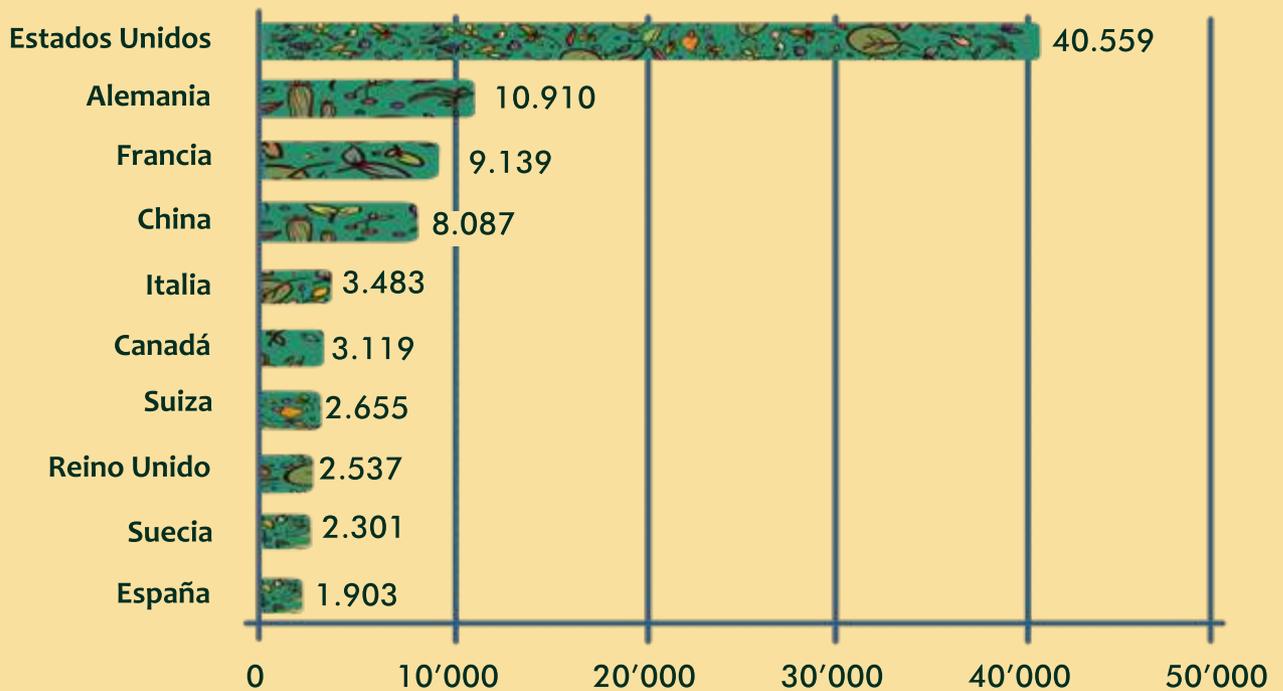
## GRÁFICO 2. NÚMERO DE PRODUCTORES CERTIFICADOS



Fuente: <https://statistics.fibl.org/world.html>

Vamos a presentar el último gráfico (Gráfico 3). ¿En qué países este mercado está más presente, tiene más fuerza?

### GRÁFICO 3. VENTAS AL DETAL (MILLONES DE €)



Fuente: <https://statistics.fibl.org/world.html>



Como podemos ver en este **gráfico**, los **mayores números** están en países financieramente **ricos**, del norte del planeta. Esos países mantienen la mayor parte de este mercado **importando** productos **orgánicos** de los países del Sur, como India, Uganda, México, Bolivia, Perú y Brasil, además de decenas de otros.

**¿Y el Mercado  
de productos  
orgánicos en  
Brasil?**





En nuestro país **no tenemos datos** precisos o al menos confiables. Sin embargo, a partir de las **informaciones** disponibles, podemos **estimar un mercado** interno que mueve anualmente, teniendo 2020 como referencia, cerca de **8 billones de reales**. El hecho es que este mercado viene **creciendo** de forma significativa y la multiplicación de las **ferias** de carácter agroecológico y el aumento significativo de la exposición de los productos **orgánicos** en las estanterías de los **supermercados** son pruebas de este crecimiento. Otro factor relevante y que no puede ser desconsiderado es el cada vez **interés** más visible de las grandes **empresas** de alimentos en este mercado.



**¿Y cuál es la característica de este mercado?**



An illustration of a market scene. On the left, a man with dark hair, wearing a white t-shirt and a yellow apron with a green leaf logo, stands behind a wooden table. On the table are several pieces of fruit, including a large yellow fruit and some smaller ones. To the right, a woman with dark hair and a yellow headband, wearing a green off-the-shoulder top and a purple skirt, holds a wire basket filled with various fruits. The background features a green awning with white stripes on the left, rolling green hills, and several saguaro cacti under a light sky with soft clouds.

Simple: **únicamente se comercializan** productos orgánicos **certificados**. Muchos países del mundo, y Brasil es uno de ellos, tienen una **legislación** específica que normatiza qué es **producción** orgánica. Esas leyes no son iguales, pero adoptan un cierto **consenso** sobre esa denominación, y las diferencias están en los **detalles**.



**¿Y cómo participar del  
mercado de productos  
orgánicos?**





Simple, atendiendo las **reglas** previstas en la legislación. Como dijimos, para usar esa denominación, “**orgánico**”, el producto necesita ser **certificado**. En la cartilla 3, iremos a describir los **pasos** para obtener esa certificación.

**¿Y el Comercio  
Justo, cómo  
definirlo?**



La definición de **Comercio justo** es un poco **menos precisa** que la definición de Agricultura Orgánica. Esto porque el termino “Comercio Justo” es, naturalmente, usado en **diferentes contextos** y nos lleva a una definición óbvia: relaciones comerciales que sean **más justas** para los involucrados. Pero aquí, en esta cartilla, queremos hablar de lo que comúnmente se denomina **“Comercio Justo Internacional”** (Fairtrade es = comercio justo).



**¿Cuándo surgió el  
Fair Trade?**



Los **primeros** intentos de comercializar productos de comercio justo en los **mercados** de países del Norte fueron iniciados en las décadas de 1940 y 1950 por **grupos religiosos** y varias organizaciones no gubernamentales (**ONG**) de orientación político-

social, buscando **valorizar** los productos oriundos de **países en desarrollo**. Los productos, casi exclusivamente **artesanales**, eran vendidos principalmente en **iglesias** o ferias. La verdad, era casi una manera de hacer una **donación**, digamos, más elegante.



De allí para acá ese mercado se sofisticó y creció. Hoy hay decenas de organizaciones y redes internacionales que tratan de este tema. Las principales son:

### **FLO INTERNATIONAL (FAIRTRADE INTERNATIONAL)**

Creada en 1997, es una asociación de tres redes de productores y veinte iniciativas nacionales de etiquetaje que desarrollan patrones de comercio justo, licencian compradores, uso de etiquetas y comercializan la Marca de Certificación de Comercio Justo en los países consumidores.

### **FAIR TRADE USA**

Fundada en 1998, es una organización independiente sin fines de lucro, que define patrones, certifica y etiqueta productos que promueven medios de vida sostenibles para agricultores y trabajadores y protegen el medio ambiente.

### **GLOBAL GOODS PARTNERS (GGP)**

Es una organización sin fines lucrativos de comercio justo fundada en 2005, que provee soporte y acceso al mercado de los EE.UU para cooperativas lideradas por mujeres en el mundo en desarrollo.

### **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO JUSTO (WFTO)**

Es una asociación global, creada en 1989, de cooperativas y asociaciones de productores de comercio justo, empresas de marketing de exportación, importadores, minoristas, redes nacionales y regionales de comercio justo y organizaciones de apoyo al comercio justo.

### **NETWORK OF EUROPEAN WORLDSHOPS (NEWS!)**

Creada en 1994, es la red paraguas de 15 asociaciones nacionales de worldshop (“tiendas del mundo”) en 13 países diferentes en toda Europa.

### **EUROPEAN FAIR TRADE ASSOCIATION (EFTA)**

Creada en 1990, es una red de organizaciones comerciales alternativas europeas que importan productos de cerca de 400 grupos de productores económicamente desfavorecidos en África, Asia y América Latina.



## PERO... ¿VAMOS ENTONCES A DEFINIR COMERCIO JUSTO?

Una **definición posible**, propuesta por la **FLO**, la organización con mayor presencia en el mercado, es: “El comercio justo es un **arreglo** proyectado para **ayudar a los productores** en los países en desarrollo a alcanzar relaciones comerciales sostenibles y equitativas”.

En otras palabras: consumidores de los **países ricos** aceptan pagar más por un producto desde que sepan que ese valor adicional irá a **beneficiar** a los productores y a las productoras, **trabajadores y trabajadoras**.

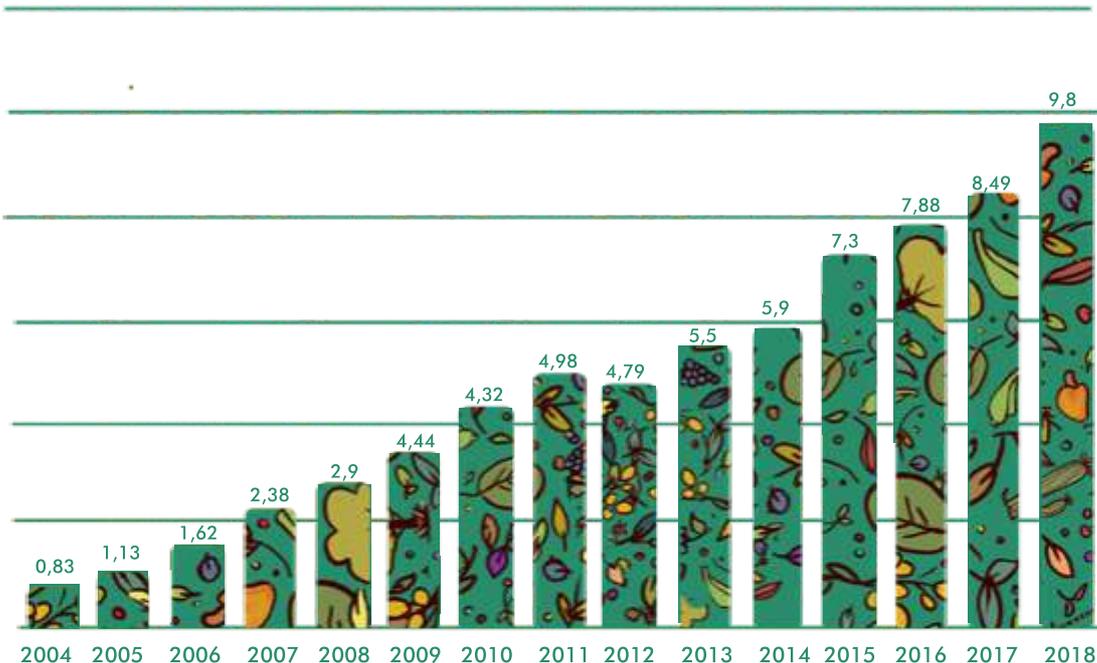
Eventualmente ese mercado se establece también en países del Sur, como México, Bangladesh o Brasil.

**¿Cuál es el  
tamaño de este  
mercado?**



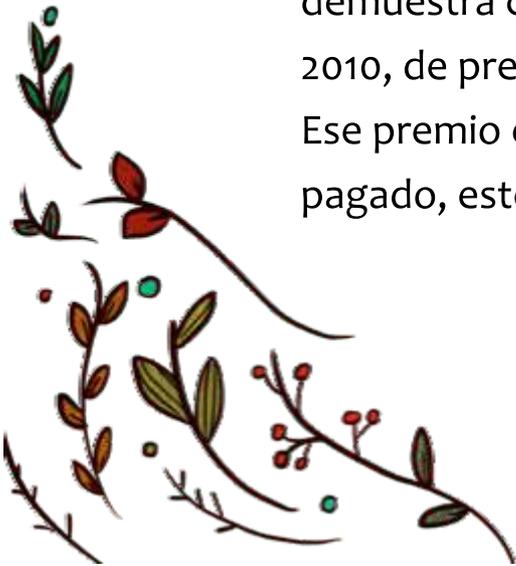
Por el gráfico que se presenta a continuación podemos ver que en el año 2018 el Comercio Justo Internacional movió cerca de 10 billones de euros (Gráfico 4). Es un mercado importante, pero significativamente menor, cerca de diez veces, en relación al mercado de productos orgánicos. Es importante saber esto en el momento de establecer nuestras estrategias y prioridades de mercado.

#### **GRÁFICO 4. CRECIMIENTO MERCADO DE PRODUCTOS CERTIFICADOS COMERCIO JUSTO 2004 – 2018 (BILLONES DE €)**

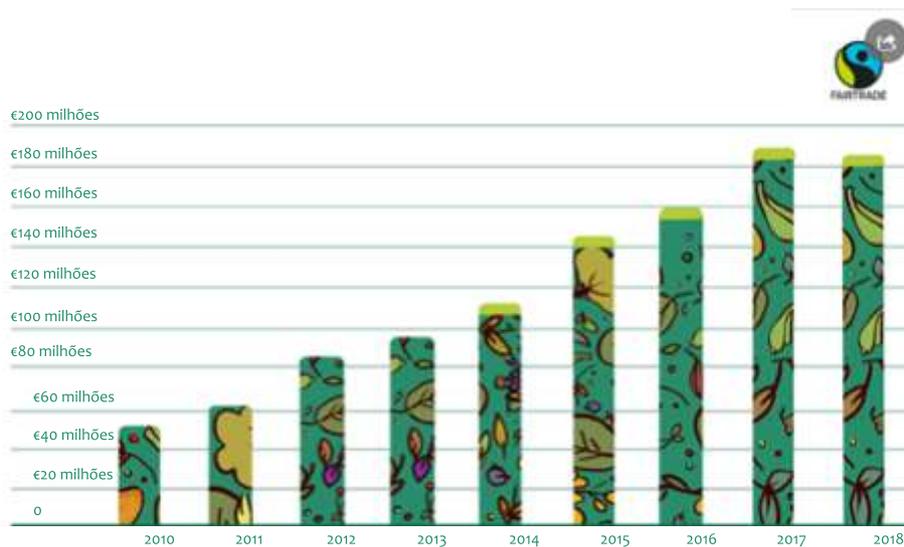


Fuente: <https://www.statista.com>

En el caso del **sistema FLO**, el más expresivo en términos de volumen, una característica importante es el **premio social**<sup>5</sup> que los compradores **pagan a los productores** o grupos de productores. Estos últimos son responsables por **decidir** dónde y cómo se **gasta**, generalmente en acciones de desarrollo socioeconómico colectivo. Esta decisión debe ser anunciada y será **fiscalizada** por el sistema, debiendo ser tomada de **forma democrática**, con **transparencia** y participación. El gráfico a continuación demuestra cuanto ha sido **recibido** cada año, desde 2010, de premios, por las cooperativas y productores. Ese premio es un **valor adicional** al precio mínimo a ser pagado, este también definido por el sistema FLO.



## GRÁFICO 5. CRECIMIENTO DEL PREMIO PAGADO POR EL COMERCIO JUSTO 2010 – 2018 (MILLONES DE €)



Fonte: <https://www.flocert.net>

The background features a stylized illustration of a desert landscape. On the left, a tall, dark green saguaro cactus with two arms stands against a light green, textured mountain range. The sky is white with soft, grey clouds. The overall style is clean and modern, using a limited color palette of greens, browns, and greys.

Mucho más podría ser dicho acerca del **Comercio Justo internacional**. Pero ¿vamos a hablar un poco de lo que ocurre en nuestro país? En **Brasil**, el concepto más utilizado es el de **Comercio Justo y Solidario**. Durante los años de los Gobiernos Lula y Dilma existía en el Ministerio del Trabajo una Secretaria Nacional de Economía Solidaria, la SENAES. La **SENAES**, entre otras acciones, propuso la creación de un **Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario** - SNCJS. En nuestra **actual coyuntura política** este no es considerado un asunto prioritario por el Gobierno Federal y, por lo tanto, **no está vigente**.

El Decreto n° 7.358, del 17 de noviembre de 2010, que creó el SNCJS trae las siguientes definiciones:

**ART. 2- PARA LOS EFECTOS DE ESTE DECRETO, ENTIENDASE POR:**

I - Comercio Justo y Solidario: práctica comercial diferenciada pautada en los valores de justicia social y solidaridad realizada por los emprendimientos económicos solidarios;

II - Emprendimientos Económicos Solidarios: organizaciones de carácter asociativo que realizan actividades económicas, cuyos participantes sean trabajadores del medio urbano o rural y ejerzan democráticamente la gestión de las actividades y la asignación de los resultados;



En **Brasil** tenemos también el **Foro Brasileiro de Economía Solidaria**, así como los Foros Estaduales de Economía Solidaria. El Foro se autodefine de la siguiente manera: “El Foro Brasileiro de Economía Solidaria (FBES) es un **instrumento** del movimiento de la **Economía Solidaria** y espacio de articulación y diálogo entre diversos actores, diversas actrices y **movimientos sociales** por la construcción de la **economía solidaria**, como base fundamental de otro **desarrollo socioeconómico** para Brasil.”

En 2020, fruto de la coyuntura política y también de la Covid-19, **pocas acciones** activaron el Foro.

Con estas breves informaciones sobre el Comercio Justo, podemos **concluir**, simplificando un poco el cuadro, que **existen dos caminos**. El **internacional**, donde cada cooperativa o emprendimiento debe buscar saber si las exigencias hechas para participar de este mercado son compensadas por el precio, por el premio y por la garantía de venta. Un segundo camino es buscar **mercados nacionales** que tengan, de forma explícita o implícita, compromiso con **valorizar la producción** que sea oriunda

de cooperativas auténticas, **agricultores familiares**, pueblos y comunidades tradicionales. En este caso, se trata menos de una certificación específica y más de **asociar el producto/marca a esos valores**, de justicia social y solidaridad colectiva.

En la **próxima cartilla** vamos a saber un poco más sobre **como certificar la producción**, caso queramos optar por uno de estos mercados, de comercio justo internacional o de productos orgánicos.





# Bibliografía

Decreto N° 5.811, DEL 21 DE JUNIO DE 2006. Dispone sobre la composición, estructuración, competencia y funcionamiento del Consejo Nacional de Economía Solidaria - CNES.

Decreto N° 7.358, DEL 17 DE NOVIEMBRE DE 2010 - Instituye el Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario - SCJS, crea su Comisión Gestora Nacional, y determina otras decisiones.

LEY No 10.831, DEL 23 DE DICIEMBRE DE 2003 - Dispone sobre la agricultura orgánica y determina otras decisiones.

Mohan, S (2010), Fair Trade Without the Froth – a dispassionate economic analysis of ‘Fair Trade’, London: Institute of Economic Affairs.



## Sitios web consultados:

[https://en.wikipedia.org/wiki/Fair\\_trade](https://en.wikipedia.org/wiki/Fair_trade) - consultado el 14/10/2020

<https://www.flocert.net/pt/> - consultado el 12/10/2020

<https://www.statista.com/> - consultado el 15/10/2020

<https://fbes.org.br/> - consultado el 15/10/2020



**Experiencia en el tema:  
Ecovárzea -  
Assentamento  
Padre Gino**

## **¿POR QUÉ SURGIÓ?**

El Asentamiento Padre Gino surgió a partir de la Lucha por la Tierra, en el municipio de Sapé, estado Paraíba, con el apoyo de la Comisión Pastoral de la Tierra, en 1996, cuando, hubo una gran ocupación involucrando tres haciendas. De una de las desapropiaciones, fruto de esta movilización, surgió el Asentamiento Padre Gino. Como una forma de mejoría a la condición de vida de las familias, con el tiempo, fue creado un espacio de comercialización para la venta de lo que era producido. Fue así, a partir de todo ese esfuerzo, que surgió Ecovárzea en el año 2001. Hoy cuenta con 40 familias asociadas.

### **¿QUÉ VENDE ACTUALMENTE?**

Son más de 70 diferentes productos, entre hortalizas, frutas y raíces. En la feria existen también productos transformados, como almidón de yuca, tortas y dulces.

### **¿CUÁL ES LA PRINCIPAL ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN?**

Ecovárzea tiene como principal canal de comercialización para la producción de sus asociados las Ferias Agroecológicas. Actualmente participa de tres ediciones. En la capital, João Pessoa, martes y viernes por la mañana. Y en el propio municipio de Sapé, también los viernes, por la tarde. Además de las ferias, Ecovárzea vende también por un



aplicativo desarrollado en conjunto con la Universidad Federal de Paraíba, con cestas personalizadas que se entregan en las ferias de la capital los viernes.

### **¿POR QUÉ BUSCAR UNA FORMA PROPIA DE COMERCIALIZAR?**

A partir de la conquista de la tierra surgió el proceso de organización interna para la producción y comercialización, con el apoyo de la Comisión Pastoral de la Tierra. La intención era producir y comercializar de forma autónoma la producción, una vez que los intermediarios comúnmente se quedaban con una parcela grande de las ganancias, llegando hasta el 50% del precio final de los productos entregados por las familias.

## **¿CUÁLES SON LAS MAYORES DIFICULTADES POR LAS QUE PASÓ?**

El mayor desafío de Ecovárzea no fue la comercialización como pensaban los asociados, y sí la diversificación de la producción, donde la planificación productiva fue y es una búsqueda constante. Consiguieron identificar esa fragilidad a partir del diálogo con consumidores, lo que propició un cambio y una búsqueda constante para superar dificultades relacionadas al ambiente, clima, falta de agua.

## **¿ECOVÁRZEA POSEE CERTIFICACIÓN?**

Los comerciantes están organizados en una OCS – Organización de Control Social, una de las formas previstas en la



legislación brasilera para reconocimiento de la calidad orgánica de la producción. El asentamiento aún no buscó ninguna certificación.

**PARA MAYOR INFORMACIÓN:**

**<https://ecovarzeapb.com/>**









**NO**

<sup>5</sup> Según consta en el sitio web de FLO, Premio Fairtrade es una cantidad adicional de dinero, pagada sobre el precio de venta, que agricultores o trabajadores invierten en proyectos escogidos por ellos. Ellos deciden juntos cómo gastar el Premio Fairtrade para alcanzar sus objetivos, como mejorar su agricultura, negocios o salud y educación en su comunidad.

## FICHA TÉCNICA

**Coordinación de la publicación:** Andréa Hartmann

**Elaboración del texto:** Laércio Meirelles y Luis Carrazza

**Revisión:** Marco Aurélio Marques Ferreira,  
Dirce Ostroski, Manuel Amador, Valdivan Almeida,  
Cláudia Reis, Patrícia Ribeiro da Costa

**Traducción:** Sofia Leal Batista

**Diagramación/Layout/Arte:** Carol Salles

**Realización:** Cooperativa Sin Fronteras Brasil - CSF Brasil

**Co-realización:** Adaptando Conocimiento para  
Agricultura Sostenible y Acceso a Mercados (AKSAAM),  
Instituto de Políticas Públicas y Desarrollo Sostenible  
(IPPDS), Universidad Federal de Viçosa (UFV)

**Financiamiento:** Fondo Internacional para el Desarrollo  
Agrícola (FIDA).

